

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi di zaman modern ini membawa dampak yang sangat positif di berbagai bidang industri, salah satunya bidang pendidikan di Indonesia. Pernyataan ini terbukti dengan munculnya *platform* pendidikan berbasis teknologi yang di ciptakan oleh PT. Ruang Raya Indonesia yang biasa dikenal dengan Ruangguru. Ruangguru hadir sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pendidikan di tanah air, tidak hanya bagi kalangan atas namun juga untuk para kalangan pelosok. Dengan tujuan sederhana namun mulia yaitu agar semua murid di Indonesia dapat merasakan hak nya untuk mendapatkan pendidikan yang setara.

Dalam hal menyebarkan informasi mengenai produk, fasilitas dan lainnya, Ruangguru menggunakan media sosial sebagai media utamanya. Seperti halnya Instagram yang dijadikan media utama dari Ruangguru dengan alasan karena Instagram merupakan media yang sering digunakan oleh para target audience dari Ruangguru yaitu murid SD sampai SMA/SMK, dan juga para orang tua murid.

Penulis memutuskan untuk memilih Ruangguru sebagai tempat magang karena penulis melihat potensi yang amat besar dari Ruangguru setelah berdiri kurang lebih selama 7 tahun dengan segala pencapaiannya di ranah nasional dan internasional. Dalam bidang desain, penulis ingin mengetahui lebih dalam bagaimana para tim kreatif di Ruangguru mengolah copy visual yang kemudian dirancang menjadi sebuah visual yang utuh yang akan *publish* di berbagai media milik Ruangguru. Penulis ingin mengetahui bagaimana strategi Ruangguru dalam merancang visual untuk area target audience yang terhitung cukup luas, yang pastinya akan berpengaruh dalam penggunaan asset visual dan *copywriting* dari sebuah desain informasi.

### **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Maksud dari pelaksanaan program magang di Ruangguru adalah untuk menerapkan dan mengaplikasikan ilmu yang sudah penulis pelajari selama kurang lebih 4 tahun

ini sebagai mahasiswa desain komunikasi visual. Selain itu, penulis juga ingin mengasah kemampuan berfikir kreatif dalam ranah kerja sesungguhnya, dan juga mendapatkan ilmu baru dari segi desain dan ilmu *marketing*. Dengan tujuan utama, agar penulis lebih mengenal dan dapat memahami dan mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja, terlebih khusus dalam bidang *creative marketing*.

### **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Jumlah waktu yang diperlukan untuk memenuhi jumlah minimal kerja magang di UMN adalah 320 jam, atau jika dihitung dengan waktu kerja di Ruangguru dapat dipenuhi dalam kurun waktu 2,5 bulan. Hal ini didukung dengan kebijakan magang di Ruangguru dengan minimal waktu magang selama 2 bulan. Waktu magang penulis di UMN terhitung sejak tanggal 15 Februari 2021 dan akan selesai pada tanggal 12 April 2021. Namun waktu selesai magang terhitung mundur dikarenakan penulis lupa untuk mengambil waktu kerja pada hari libur seperti hari sabtu/minggu ataupun hari libur nasional.

Jam kerja di Ruangguru adalah hari Senin-Jumat terhitung dari jam 9.30 WIB sampai dengan jam 17.30 WIB, yang jika di total jam kerja perhari dikurangi waktu jam istirahat penulis selama 30 menit yaitu 8,5 jam perhari. Ruangguru juga menerapkan sistem bekerja di waktu weekend, dengan surat izin yang harus *submit* terlebih dahulu ke tim HR sebagai bukti *approval* bekerja diakhir pekan. Dalam pelaksanaannya kerja magang, penulis terkadang harus bekerja lebih dari waktu jam kerja dikarenakan brief baru diberikan di sore hari dan harus selesai di hari itu juga. Dikarenakan bencana Covid-19 masih berkembang setiap harinya, Ruangguru menerapkan peraturan seluruh karyawannya bekerja dari rumah atau WFH (Work From Home), termasuk juga penulis sebagai intern.

Alur dan prosedur magang dimulai dari pengajuan form yang berisikan pilihan tempat magang yang penulis pilih yang nantinya akan di review oleh *coordinator* magang, tahap tersebut di namakan tahap KM01. Penulis melakukan KM01 sebanyak 4 kali, dan Ruangguru berada pada KM01 yang ke-4. Setelah Ruangguru disetujui oleh Koordinator magang, penulis kemudian melakukan

pelamaran kerja magang melalui website resmi Ruangguru pada *option 'career'*. Pada bagian itu penulis memilih posisi *Graphic Design Intern*, yang kemudian di dalamnya penulis diharuskan mencantumkan beberapa informasi pribadi terkait data pelamar kerja seperti email, *cv*, *resume*, serta portfolio penulis. Yang kemudian hari penulis dikontak oleh salah satu *Talent Acquisition* Ruangguru melalui *platform* Whatsapp. Penulis dikabarkan akan di wawancara oleh *user*. Dikari yang sama, penulis dikabarkan lolos untuk menjadi pekerja magang di Ruangguru *batch* 14. Dikemudian hari penulis diminta untuk menandatangani surat penawaran kerja beserta dokumen pendukung seperti KTP dan KK yang kemudian harus penulis kirim ke *Head Quarter Office* Ruangguru di Jakarta.

Setelah melakukan penerimaan penawaran kerja, penulis diharuskan menandatangani surat perjanjian kerja yang didalamnya berisikan peraturan seperti lama waktu bekerja, besarnya uang kompensasi dan dimana dan pada produk apa penulis akan ditempatkan. Penulis ditempatkan di salah satu anak produk dari Ruangguru yang baru berdiri kurang lebih 2-3 tahun yaitu Brain Academy. Setelah semua proses administrasi di Ruangguru selesai, penulis tidak lupa untuk melakukan proses KM02 yaitu memberikan konfirmasi kepada admin UMN untuk mengabarkan bahwa penulis sudah mulai bekerja di Ruangguru. Setelah itu penulis sudah dapat melanjutkan pengisian lembar data magang dari UMN yang bernama KM03 hingga KM07.